

Campaña de concienciación sobre enfermedad de Crohn

BECA ABBOTT SOBRE COMUNICACIÓN Y SALUD

Bases del concurso

1. Abbott, la compañía organizadora

Abbott Laboratories es una compañía que se dedica al cuidado de la salud mediante el descubrimiento, desarrollo, fabricación y comercialización de productos farmacéuticos y médicos, incluyendo productos nutricionales y dispositivos médicos y de diagnóstico. El campo de la inmunología es una de las áreas de trabajo de la compañía.

2. Becas Abbott sobre Comunicación y Salud

Con el objetivo de establecer una relación de colaboración entre Abbott y la comunidad universitaria en diferentes ámbitos, la farmacéutica ha creado un programa de becas que premia iniciativas de estudiantes de diferentes ámbitos y diferentes disciplinas universitarias que tengan relación con Abbott y su papel en la sociedad española.

3. Concurso Becas Abbott

Abbott quiere dar una oportunidad a los estudiantes de comunicación para que puedan aportar sus ideas y por este motivo organiza un concurso anual con una temática determinada en cada edición, cuyo ganador será quién obtendrá la beca sobre comunicación y salud.

En la I Edición de la Beca Abbott en comunicación y salud, la temática estará ligada al área terapéutica de la Inmunología, la enfermedad de Crohn y los estudiantes deberán elaborar una propuesta de campaña directamente relacionada dicha la temática.

La Beca Abbott consiste en una ayuda para el estudio de 2.000 €.

4. Compromiso de Abbott con la Inmunología

Como muestra del compromiso de Abbott con las enfermedades inflamatorias intestinales, la compañía pone en marcha una campaña de concienciación sobre la enfermedad de Crohn

entre la opinión pública, que dará voz a los pacientes y contribuirá a una mejor comprensión y calidad de vida de las personas que la sufren.

La EII:

La enfermedad inflamatoria intestinal (EII) es un proceso inflamatorio crónico del intestino que se manifiesta de forma recurrente en forma de brotes que se puede presentar en dos tipos muy similares de enfermedad: la colitis ulcerosa (CU) y la enfermedad de Crohn (EC). Mientras que la enfermedad de Crohn puede afectar a cualquier parte del tracto digestivo, la colitis ulcerosa, afecta principalmente al colon.

5. Objetivo del concurso:

Desarrollar un nombre para la campaña de concienciación, un logotipo /claim y una aplicación a una pieza gráfica destinado a ser la imagen representativa de las diferentes comunicaciones de la campaña sobre la Enfermedad de Crohn.

6. Requisitos de los participantes

Alumnos de último Estudios Superiores de Diseño Gráfico y estudiantes de tercer o cuarto curso de la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas.

7. Condiciones técnicas y contenidos

7.1 Propuesta:

- A) El diseño deberá ser original e inédito
- B) La propuesta a presentar deberá reflejar un concepto y creatividades para una campaña de sensibilización sobre la Enfermedad de Crohn entre la opinión pública
- C) La propuesta deberá incluir el nombre de la campaña, un logotipo/claim y una aplicación que describa la campaña (sobre, folio, folleto, gráfica...)
- D) Se aconseja utilizar colores que sean fácilmente trasladables a escala de grises
- E) Se aceptará una sola propuesta por participante

7.2 Material a entregar: Cada diseño deberá presentarse de la siguiente forma:

- A) En papel: logotipo aislado y el logotipo con el nombre de la campaña en dos tamaños correspondientes a las siguientes dimensiones máximas: 5x5 y 10x10

centímetros (sin que esto implique que el aspecto del logotipo deba ser cuadrado).

También deberá añadirse la muestra de la aplicación a una pieza gráfica

B) En formato electrónico (guardado en un CD): logotipo aislado, el logotipo con el nombre de la campaña realizado y la muestra de la aplicación en la pieza gráfica con el programa Photoshop, y en formato JPEG y EPS, a una resolución mayor a 300 dpi.

C) Los diseños presentados podrán ir acompañados de una breve síntesis de la fundamentación del diseño, escrita en tipografía Arial tamaño 11 y de extensión no superior a una página.

8. Plazos para la presentación de proyectos

El plazo de admisión de los trabajos estará abierto hasta el lunes 25 de enero de 2010.

El trabajo se entregará en un sobre DIN-A4 blanco etiquetado CONCURSO BECA ABBOTT y con un pseudónimo escrito por fuera.

Dentro de dicho sobre se incluirá un sobre cerrado (más pequeño) con los datos personales (nombre completo, dirección, fotocopia del DNI, teléfono, email y escuela o universidad donde se están cursando los estudios actuales) del concursante y su pseudónimo escrito también fuera de este sobre. Los trabajos se enviarán por correo certificado a la siguiente dirección:

HILL & KNOWLTON

Secretaría Becas Abbott

C/ Córcega 329, 6º 2ª

08037 Barcelona

9. Jurado y criterios de selección (PROPUESTA A VALIDAR)

El jurado estará integrado por:

- Presidente de ACCU España, Sr. Ildfonso Pérez Mínguez
- Presidente del GETECCU, Sr. Joaquín Hinojosa
- Representante del sector de la Publicidad y las RR.PP., Juan Rocamora, Presidente de la Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP) y co-director general de Euro RSCG Europa
- Representante del Comité Asesor de Abbott, Doctor del Hospital de León y miembro de GETECCU, Dr. Fernando Muñoz
- Responsable del departamento de comunicación de Abbott, Javier Boix
- Representante de H&K España y CEO, Eloisa Alonso

El veredicto del jurado se hará público a través de la página web de Abbott el 9 de febrero de 2010 y con posterioridad se expondrán en el mismo site una selección de los diseños finalistas presentados a concurso. La escuela o universidad cuyo alumno sea el ganador, será asimismo informada vía telefónica.

El jurado se reserva el derecho a declarar desierto el premio. La decisión del jurado es inapelable.

El jurado determinará su veredicto en función de:

- Claridad y adaptación de la propuesta al concepto correspondiente de la campaña
- Originalidad del nombre de la campaña
- Funcionalidad del logotipo (que pueda usarse en todos los contextos comunicativos: papel carta, gráfica, folleto, spot, etc.)
- Coherencia con la imagen corporativa de Abbott
- Coherencia del nombre de la campaña con el logotipo

10. Premio

El premio está dotado de un importe de 2.000 euros como una ayuda al estudio. Asimismo, el uso del logotipo/claim y nombre de la campaña ganadores serán utilizados en toda la comunicación de dicha campaña. Igualmente, el jurado entregará una acreditación escrita al ganador del concurso.

11. Propiedad intelectual

El logotipo/claim y el nombre de la campaña premiados quedarán en propiedad exclusiva y permanente de Abbott, la cual tendrá completa libertad para comunicar la celebración de dicho concurso y utilizar posteriormente el logotipo/claim y el nombre de la campaña premiado total o parcialmente. Asimismo, si se requiere y se cree necesario, el logotipo/claim también podrán ser modificados.

12. Devolución de los trabajos no premiados

Los trabajos no premiados no serán devueltos.

13. Aceptación de las bases



La participación en el concurso lleva implícita la aceptación de todas estas bases y el fallo del jurado.

Para más información, contactar con:
HILL & KNOWLTON
93 410 82 63
Anna Pagès – apages@hillandknowlton.com

En el caso de enviar correos electrónicos, se ruega especificar en el asunto: Concurso Beca Abbott.